



Genre et entrepreneuriat : Eléments d'analyse théorique fondée autour d'une approche par la socialisation entrepreneuriale

Philippe PAILOT

IAE de Lille/USTL - LEM (UMR CNRS 8179)
SKEMA Business School

Stéphanie CHASSERIO, Corinne POROLI

SKEMA Business School

Genre et entrepreneuriat : Eléments d'analyse théorique fondée autour d'une approche par la socialisation entrepreneuriale

par

Philippe Pailot

IAE de Lille/USTL - LEM (UMR CNRS 8179)

SKEMA Business School

Stéphanie Chasserio

SKEMA Business School

Corinne Poroli

SKEMA Business School

Résumé : En France, les femmes représentent aujourd'hui 30 % des créateurs et 27 % des dirigeants de TPE/PME, ce qui place notre pays dans la moyenne de la plupart des pays occidentaux. Dans la littérature française, l'entrepreneuriat féminin n'en reste pas moins peu étudié. Dans cette perspective, notre proposition de communication présentera les contours de la notion de genre à partir des développements théoriques proposés dans les sciences sociales connexes à notre discipline. Nous chercherons également à montrer dans quelle mesure la socialisation entrepreneuriale peut être un angle d'analyse pour appréhender les différences de genre dans le champ de l'entrepreneuriat.

Genre et entrepreneuriat : Eléments d'analyse théorique fondée autour d'une approche par la socialisation entrepreneuriale

Résumé : En France, les femmes représentent aujourd'hui 30 % des créateurs et 27 % des dirigeants de TPE/PME, ce qui place notre pays dans la moyenne de la plupart des pays occidentaux. Dans la littérature française, l'entrepreneuriat féminin n'en reste pas moins peu étudié. Dans cette perspective, notre proposition de communication présentera les contours de la notion de genre à partir des développements théoriques proposés dans les sciences sociales connexes à notre discipline. Nous chercherons également à montrer dans quelle mesure la socialisation entrepreneuriale peut être un angle d'analyse pour appréhender les différences de genre dans le champ de l'entrepreneuriat.

« Disons-le tout net, pour le biologiste, le mâle est
un parasite de la femelle »

Pierre-Henri Gouyon
Professeur au Muséum d'Histoire Naturelle

La théorie en entrepreneuriat semble parfois admettre l'hypothèse universaliste implicite selon laquelle l'entrepreneur individuel est générique et qu'il n'est pas nécessaire d'étudier spécifiquement l'entrepreneuriat féminin en raison de la similitude des caractéristiques entre les hommes et les femmes (Bruin, Brush, Welter, 2006)¹. L'entrepreneuriat, et ce particulièrement dans la littérature française², apparaît alors l'analyser comme un phénomène économique inscrit dans un positivisme fonctionnaliste où le principe masculin est érigé en mesure de toute chose (intention, performance, etc.) (Bird, Brush, 2002 ; Bruni, Gherardi, Poggio, 2004 ; Ahl, 2006 ; Bruin, Brush, Welter, 2007 ; Calas, Smircich, Bourne, 2009 ; Gupta, Turban, Wasti, Sikdar, 2009), en présupposant une neutralité de la définition de l'entrepreneuriat (Stevenson, 1990) ou de la spécificité des logiques entrepreneuriales des femmes (Bird, Brush, 2002 ; Taylor, Newcomer, 2005). Ce silence théorique n'est pas complètement injustifié. En effet, il est difficile d'admettre que le phénomène entrepreneurial puisse s'appréhender exclusivement à travers une approche différenciée par le genre. D'un autre côté, cela ne signifie pas pour autant que celle-ci puisse être négligée, même si elle met à mal l'image progressiste et égalitariste que la modernité, traversée par la reconnaissance de l'égalité formelle entre les hommes et les femmes, se fait d'elle-même.

Car, il faut bien le reconnaître, cette image neutre et lisse de l'entrepreneuriat ne résiste pas longtemps à l'analyse. Déjà, un minimum d'ouverture interdisciplinaire permet de l'infirmier. En effet, la sociologie des professions a largement établi, et depuis longtemps, la force des inégalités entre hommes et femmes dans le monde du travail, qui s'observent dans toutes les sociétés occidentales industrialisées (Champy, 2009). Et on ne voit pas pourquoi la scène entrepreneuriale échapperait aux imaginaires sociaux et inégalités sexuées qui traversent notre société. Pour résumer celle-ci, Champy (2009) distingue deux types d'inégalités. La première, qualifiée de « *ségrégation horizontale* », s'observe dans l'accès aux activités professionnelles elles-mêmes. Par exemple, les métiers qui touchent à ce que l'on appelle en anglais le *care*, c'est-à-dire le soin à la personne, sont encore vus, dans les représentations sociales, comme faisant appel à des compétences typiquement féminines (ex. Champy, 2009). L'entrepreneuriat reflète partiellement ces représentations sur les rôles respectifs des hommes et des femmes qui traversent notre société. Bel (2009) constatait ainsi qu'en 2006, « *la part des femmes créatrices s'établissait à 59 % dans les domaines de l'éducation, de la santé et de l'action sociale, 51 % dans les services aux particuliers* ». Dans la même veine, Godwin, Stevens et Brenner (2006) suggèrent que, dans certains secteurs industriels marqués par une forte culture masculine, les femmes entrepreneurs ont besoin de s'associer à des hommes pour acquérir une légitimité et « contourner » les effets négatifs des stéréotypes vis-à-vis du féminin. Le second type d'inégalité, qualifiée de « *ségrégation verticale* » (Champy, 2009), concerne les progressions de carrière et l'accès aux postes à responsabilités (vérité encore trop

¹ Les quatre paradigmes identifiés par Verstraete et Fayolle (2005) nous paraissent refléter au moins partiellement cette perspective « neutre » (ou égalitariste) qui procède d'une forme d'arrière plan épistémique et culturel peu questionné dans ses fondements.

² Cette remarque semble moins vraie pour la littérature canadienne (voir Carrier, Julien, Menvielle, 2006 ; Oser, 2007).

massive pour qu'on s'y arrête). Sur ce point, le cantonnement sectoriel des femmes entrepreneures leur interdit de fait toute forme d'ascension sociale (cf. Bel, 2009).

Ces formes d'inégalités ne sont pas sans explication. En effet, dans « l'inconscient collectif », l'entrepreneuriat, ainsi que sa description (prise de risque, orientation sur les performances et les résultats, fort engagement professionnel et/ou personnel, esprit aventurier, *locus of control* interne, etc.), apparaissent presque naturellement appréhendés comme une expérience masculine, les chercheurs et la société en général l'associant plus fréquemment aux hommes (Bruni, Gherardi, Poggio, 2004). De plus, les historiens nous montrent que l'entrepreneuriat a longtemps été, mis à part dans certains secteurs (ex. Feydeau, 2000), une activité exclusivement masculine (Barjot, Anceau, Lescent-Gilles, Marnot, 2003 ; Lambert-Dansette, 2000 ; Marseille, 2000 ; Pouchain, 1998) ; les femmes étant réduites au statut d'instrument de production et de reproduction du capital social et symbolique des hommes notamment dans la construction des réseaux d'affaires par le biais des stratégies matrimoniales (ex. Pouchain, 1998). Sur ce plan, la situation française est tout à fait analogue à l'américaine pour laquelle il est « difficile de parler de l'entrepreneur sans parler de l'homme et des hommes » (Gervais-Linon, 2003 : 81). La figure historique de l'entrepreneur aux Etats-Unis, et les conditions d'éclosion de sa fonction, entrent ainsi tout à fait en résonance avec l'archétype schumpéterien (Frayssé, 2003) qui tend à réifier la division sexuée du travail socialement construite (Bruin, Brush, Welter, 2006). Ce poids de l'histoire ne saurait être négligé. Il conduit à naturaliser les processus qui formatent la production sociale et discursive sur la représentation des rapports de sexes, mais aussi l'intériorisation des rôles et identités statutaires ou assignées. Sur ce point, il convient de ne pas surévaluer la capacité de la réflexivité à faire évoluer les stéréotypes sociaux, les élaborations conceptuelles et symboliques profondément enfouies dans les inconscients individuels et collectifs, les structures sociales objectives et les explications mythiques qui transforment l'imaginaire en pratiques sociales, les évidences impensées et les clichés d'époque qui, en amont des jugements sociaux, en balisent les biais de façon non perçue (Mathieu, 1991 ; Bourdieu, 1998 ; Godelier, 2003 ; Tahon, 2004)³ : « *la vérité est qu'ils agissent aussi en deçà du niveau d'analyse et de conscience, y compris chez les plus grands esprits, ce qui les rend difficiles à éliminer* » nous rappelle l'anthropologue Héritier (2005 : 33)⁴.

Dans cette perspective, on comprend mieux l'effervescence théorique qui entoure la question du genre dans la littérature anglo-saxonne⁵. En effet, beaucoup d'auteurs y montrent l'existence de différences criantes et persistantes entre les activités entrepreneuriales des femmes et des hommes qui paraissent inséparables des catégories normées du genre et de la construction de la différence sexuée (Baron, Markman, Hirska, 2001 ; Bird et Brush, 2002 ;

³ M. Godelier (2003 : 29) rappelle ainsi « *qu'il n'existe pas de rapports sociaux qui ne comportent de dimensions imaginaires qui se matérialisent dans une pratique sociale, sous formes symboliques* ».

⁴ Dans la même veine, Méjias (2005) souligne que « *rien n'est plus difficile que de voir les stéréotypes quand ils sont ceux de notre culture, c'est-à-dire quand ils sont naturalisés* ».

⁵ Cette effervescence théorique, qui contraste fortement avec le silence de la littérature française, mises à part certaines exceptions (ex. Duchéneau, Ohran, 2000), n'est sans doute pas étrangère à des différences de contextes académiques substantielles. En effet, les *Gender studies* sont très institutionnalisées en Amérique du Nord, où il existe des départements universitaires, des équipes de recherche, des cursus d'étude organisés autour de ces questions pour lesquelles le lien entre recherche et militantisme « *est clairement affiché* » (Guionnet, Neveu, 2009 : 28). Cette situation n'a pas véritablement d'équivalent en France, où l'institutionnalisation des études sur le genre demeure faible (malgré certaines évolutions sensibles) et la reconnaissance des recherches nécessaires pour assurer leur transmission dans l'enseignement et la recherche se heurte encore à beaucoup de résistances (Varikas, 2006 ; Guionnet, Neveu, 2009). « *La France appartient tout simplement à cette catégorie, la plus nombreuse, de pays européens où les études féministes et l'optique du genre demeurent encore largement en dehors ou en marge de l'institution* » précise Varikas (2006 : 45).

Brickman Elam, 2008 ; Lewis, 2006 ; Marlow, 2002 ; McGregor et Tweed, 2002 ; Mirchandani, 1999 ; Robichaud, Zinger, Lebresseur, 2007 ; Verheul, Uhlaner, Thurik, 2005). Les normes qui gouvernent le genre influent, par exemple, la conception de la réussite entrepreneuriale (Powell, Eddleston, 2007), l'intention entrepreneuriale (Diaz-Garcia, Jimenez-Moreno, 2006 ; Gupta, Turban, Bhawe, 2008 ; Gupta, Turban, Wasti, Sikdar, 2009 ; Heilman, Chen, 2003 ; Wilson, Kickul, Marlino, 2007), l'identification des opportunités d'affaires (De Tienne, Chandler, 2007), le financement des entreprises (Becker-Blease, Sohl, 2007 ; Carter, Shaw, Lam, Wilson, 2007 ; Marlow, Patton, 2005 ; Muravyec, Talavera, Schäfer, 2009) ou encore les motivations entrepreneuriales (Orhan, 2005).

Face à cette situation, l'objectif de notre article est double. Le premier vise à présenter les contours de la notion de genre à partir des développements théoriques proposés dans les sciences sociales connexes à notre discipline. Cette mise en perspective interdisciplinaire ne nous paraît pas inutile pour mieux faire connaître la littérature sur cette question. Le second est de présenter un modèle théorique de la socialisation entrepreneuriale mobilisé par les auteurs dans un projet de recherche menés sur 40 entrepreneuses pour appréhender les différences de genre dans le champ de l'entrepreneuriat de socialisation entrepreneuriale peut être un angle d'analyse intéressant. Cette perspective théorique nous semble se justifier au regard du rôle majeur de la socialisation (primaire et secondaire) dans la construction des identités de genre, dans la compréhension des rapports de genre comme un fait social, tout en valorisant une approche compréhensive, attentive aux représentations d'acteurs (ex. Guionnet, Neveu, 2009 ; Nouvelle, 2006). Cet angle d'analyse nous paraît intéressant pour proposer des cadres interprétatifs alternatifs dans le champ de la recherche entrepreneurial.

1. A la recherche du genre

Le genre est un concept au centre d'une effervescence intellectuelle qui bénéficie d'une vaste diffusion dans les différentes sciences sociales et humaines (sociologie, histoire, anthropologie, philosophie, droit, science politique, sciences de l'éducation, etc.), et notamment dans le champ de l'entrepreneuriat (ex. Ahl, 2006). Ce terme n'en reste pas moins polysémique et repris par des producteurs de sens multiples (chercheurs, militants). Cette diversité peut contribuer au brouillage des frontières sémantiques et théoriques de cette notion qui a connu de profondes évolutions. Les multiples usages dont cette notion fait l'objet apparaissent inséparables des différentes manières dont le genre a été distingué du sexe ou opposé à lui (Bereni, Chauvin, Jaunait, Revillard, 2008). Pour le dire en peu de mots, les liens possibles entre sexe et genre ont fait l'objet de plusieurs modes de conceptualisation (Nicholson, 1999 ; Baril, 2007). Les anthropologues ont ainsi montré qu'ils étaient extrêmement variables selon les sociétés (Mathieu, 1991 ; Héritier, 1996 ; Handman, 2008). Mathieu (1991), par exemple, identifiait trois manières de penser le rapport entre sexe et genre dans les différentes sociétés. Dans le premier mode (« *identité « sexuelle »* »), il existe une correspondance homologique entre le sexe biologique et le genre, c'est-à-dire une adéquation entre traits personnels psycho-sociaux et traits biologiques. Autrement dit, le genre est l'effet du sexe naturel et le sexe impose le genre : « *Le genre traduit le sexe. Entre sexe et genre, est établie une correspondance homologique. La différence des sexes est conçue comme fondatrice de l'identité personnelle, de l'ordre social et de l'ordre symbolique* » (Mathieu, 1991 : 232). Etre nés anatomiquement mâle ou femelle vous oblige à jouer des rôles codifiés par le corps social. Selon l'auteur, ce mode est « *l'optique la plus courante dans nos sociétés* » (Mathieu, 1991 : 232). Le deuxième mode (« *l'identité sexuée* ») est celui du « *fondationnalisme biologique* » (Baril, 2007), où le sexe et le genre sont clairement

distingués. Dans cette perspective, le genre n'est plus la conséquence inévitable d'un destin individuel anatomique, mais le sexe n'en demeure pas moins une donnée naturelle fondée. Le genre « symbolise » le sexe et apparaît ressenti comme une sorte de mode de vie collectif : « *Entre sexe et genre s'établit une correspondance analogique* » (Mathieu, 1991 : 239). La notion de genre ne remet pas en cause la bipartition des sociétés en deux catégories de sexe articulées autour du biologique, mais on s'intéresse davantage à l'expression dans le social de la différence biologique, « *à l'élaboration culturelle de la différence* » (Mathieu, 1991 : 239). Cette forme de conceptualisation est largement à l'œuvre en sociologie et en anthropologie. C'est celle dont notre position se rapproche le plus. Le troisième mode, enfin, (« *identité de sexe* ») procède d'une forme de constructivisme dans lequel le sexe n'apparaît pas comme une donnée naturelle ou une simple catégorie biosociale. Le genre est conçu non pas comme le marqueur symbolique d'une différence naturelle, mais comme l'opérateur du pouvoir d'un sexe sur l'autre. Le recouvrement entre le sexe et le genre est vu comme un fait social-historique, dû à l'exploitation des femmes et à l'idéologie oppressive du genre. En d'autres termes, ce n'est pas le sexe qui fonde la construction sociale du genre, mais le genre qui construit le sexe, et qui donne un sens particulier à nos expériences corporelles et biologiques. On le voit, ces trois conceptions pointent clairement les lectures différentes, tiraillées entre le sens commun et le militantisme plus ou moins radical, que la question du genre fait naître.

Il faut dire que la genèse de ce terme est elle-même complexe. Dans les sciences humaines, la conceptualisation du genre est née aux Etats-Unis sous le terme de *gender*. Elle apparaît inséparable d'une opération qui a consisté à distinguer le genre du sexe (Lee Downs, 2005), sans quoi l'usage de deux termes apparaîtrait inutile. En fait, jusqu'au milieu du XX^{ème} siècle, les travaux francophones ou anglo-saxons ayant pour objet l'étude des hommes et des femmes utilisaient le terme polysémique de sexe, qui renvoie tant à la corporalité (homme ou femme) qu'à l'identité (masculine ou féminine) des individus (Vinet, 2008). Cette distinction entre sexe biologique et genre socioculturel est généralement attribuée à des psychologues américains des années 1950 et 1960 qui veulent témoigner de la diffraction constatée chez certains patients entre corps et identité (Méjias, 2005 ; Thébaud, 2005). C'est donc la compréhension et la théorisation de cette inadéquation normative du genre des individus à leur sexe – notamment par le psychanalyste Stoller (1985) - qui a amené les psychologues américains à utiliser la notion de genre (Vinet, 2008). Elle a été reprise en sciences sociales pour penser le genre comme « le sexe social » en vue de désigner les différences socialement et culturellement construites entre hommes et femmes qui n'étaient pas directement liées à la biologie. S'appuyant sur la distinction entre nature et culture développée par l'anthropologue français Lévi-Strauss, Oakley (1972) renvoyait ainsi le sexe au biologique et le genre au culturel. Dans cette perspective, le sexe fait alors référence à la nature, aux différences anatomiques et biologiques entre hommes et femmes, mâles et femelles. Supposant la saisie de l'organisation sociale et politique dans son historicité (Riot-Sarcey, 2000), le genre met l'accent sur le caractère construit, socialement, culturellement et historiquement, de la différenciation entre féminin et masculin, des modèles de comportements sexués telle qu'elle s'organise à un moment donné dans un espace social singulier. En d'autres termes, les normes de genre ne dépendent pas de la naturalité ou d'une ontologie du caractère sexué du vivant. Elles procèdent au contraire d'élaborations culturelles socialement et historiquement construites (favorisant la création de normes identitaires, comportementales, etc.) qui s'actualisent en permanence dans les conduites dont elles règlent le cours. Le genre, nous dit Vinet (2008 : 58), « *caractérise alors tout ce qui n'est pas biologique, à savoir les comportements, les attitudes, les rôles sociaux de chaque sexe, aujourd'hui souvent dénommés rôles de sexes (...) le concept renvoie ainsi aux caractéristiques attribuées et prescrites à chacun des deux sexes* ».

La notion de genre s'imposera plus tardivement en France où les chercheurs en sciences sociales lui préfèrent parfois des expressions comme « *sexe social* » (Mathieu, 1991) ou encore « *rappports sociaux de sexe* » (Combes, Daune-Richard, Devreux, 2002). Il est vrai qu'en français, le mot « genre » offre une large palette de sens qui le rend difficile à manipuler (Guionnet, Neveu, 2009) et dilue les frontières sémantiques et théoriques entre le sens savant et le sens commun du terme. Le genre comme « *métaphore des catégorisations de sexe paraît d'une plus grande suggestivité en français qu'en anglais* », nous dit Varikas (2006 : 23). A cela s'ajoute la diversité des modes de conceptualisation des rapports sociaux de sexe qui restent tiraillés entre des courants de pensée irréductibles. Si tous s'accordent sur le fait que le genre, à la différence du sexe, constitue l'aboutissement d'une construction culturelle et non d'une ontologie, des différences notables existent entre les différents courants féministes (Calas, Smircich, 2006) ou les différentes approches du genre (Vinet, 2008 ; Guionnet, Neveu, 2009)⁶.

Cette lecture différenciée du genre entre en résonance avec la position de Ahl (2006) pour qui ce terme a été introduit pour distinguer le sexe biologique des pratiques et représentations associées à la féminité et la masculinité : « *The distinction between sex as ascribed to biology, anatomy, hormones, and physiology, and gender as constructed through social, cultural, and psychological means* » (Gupta, Turban, Wasti, Skidar, 2009 : 398). Dans la même veine, Calas, Smircich et Bourne (2009 : 555) écrivent : « *A focus on gender relations brings the analyst's attention not simply to the sex of participants as embodied actors but to cultural production of their subjectivities and the material production of their social lives* » (voir également Bird, Brush, 2002 ; Bruni, Gherardi, Poggio, 2004). Toutefois, ce consensus apparent ne peut nous faire oublier que le dualisme sexe-nature/genre-culture⁷ n'est pas exempt d'ambiguïté dans les recherches en entrepreneuriat où, malgré des affirmations de principe sur la non-coïncidence entre « genre » et « sexe », beaucoup d'enquêtes (notamment quantitatives) utilisent largement la variable du sexe biologique. Cette prise en considération de la variable sexuelle nous rappelle qu'il est difficile de laisser le « biologique » associé au « sexe » - et institué par l'état civil – au risque de séparer artificiellement le « sexe » du social. En fait, la différence anatomique des sexes, « *ce donné biologique universel* », n'est pas forcément un problème en soi (Héritier, 1996). Ce sont plutôt les injonctions « genrées » (historiquement et culturellement construites) qui imposent aux individus de correspondre à des cadres normatifs renvoyant les uns au « féminin » et les autres au « masculin » (catégories et attributs de genre, représentations de la personne sexuée, division sexuelle du travail, etc.) qui peuvent former un carcan au cœur du traitement différencié entre les « sexes » et contribuer au maintien de l'asymétrie entre les hommes et les femmes. Tahon (2004 : 12) nous rappelle ainsi que « *l'aliénation ne réside pas dans le fait d'être un homme ou une femme – ce qui renvoie au « sexe » institué par l'état civil – mais dans les attentes sociales*

⁶ Selon Vinet (2008), deux grands courants s'opposent. Dans le courant différentialiste ou essentialiste, le genre est considéré comme un construit social, mais les femmes sont appréhendées comme un groupe homogène avec des caractéristiques spécifiquement féminines en référence avec un fondement corporel. Les différences de sexes sont premières et naturelles, alors que les inégalités de genre sont socialement construites à partir de ces différences universelles. A l'inverse, les tenant(e)s du féminisme constructiviste post-moderne ou post-structuraliste revendiquent la séparation psyché/biologie, et donc sexe/genre, en considérant que les différences entre individus observées dans la société résultent d'une construction sociale légitimée et pérennisée par des rapports de domination. C'est la construction des relations de genre qui valorise l'idée d'une différenciation des sexes, elle-même culturellement construite.

⁷ parfois poursuivi jusqu'à faire disparaître le sexe chez certains représentants du mouvement des Queer Studies (ex. Butler, 2005).

construites à partir de la définition conjoncturelle, historicisée, de « féminin » ou de « masculin » - ce qui renvoie au genre ». En d'autres termes, si la catégorie de genre apparaît utile pour rejeter et critiquer la définition de « la nature des femmes par des distinctions biologisantes basées sur le sexe » (Young, 2007 : 10), les références à l'inscription biologique pour penser le genre peuvent difficilement être complètement « déconstruites » tant le genre apparaît être le résultat d'un élément culturellement variable superposé à un sexe biologique donné et ce, particulièrement dans le champ de l'entrepreneuriat. Pour Tahon (2004 : 63), le rapport social entre les sexes comporte ainsi deux aspects « qui ne vont pas l'un sans l'autre », à savoir « une base matérielle tangible, concrète et un registre de croyances, un système de représentations fluctuantes et variées ».

La question qui se pose concerne la façon dont on peut qualifier les relations entre les sexes. Tout d'abord, la différence apparaît clairement comme un concept-clé du genre (Scott, 2008). Mais derrière elle se profile néanmoins celle de la « valence différentielle des sexes »⁸ (Héritier, 1996), des rapports de domination et de pouvoir qui existe entre eux (Laufer, 2005), bref la construction idéologique du « modèle archaïque dominant » (Héritier, 2005) et de la domination symbolique masculine (Bourdieu, 1998). Car « le genre n'est pas uniquement un principe d'ordre, fondé sur une division sociale des tâches et des fonctions différenciées ; c'est également une grille de lecture, une manière de penser le monde et le politique, à travers le prisme de la différence des sexes » (Varikas, 2006 : 17). En d'autres termes, l'adoption d'un point de vue de genre consiste non seulement à analyser la façon dont les catégories sexuées sont le produit d'un processus social-historique, mais aussi à comprendre la manière dont ce processus organise un système de relations dissymétriques entre le masculin et le féminin en leur assignant des qualités propres par un triple principe de spécification comprenant l'identification, la différenciation et la hiérarchisation (Tahon, 2004 ; Lieber, 2008). C'est pourquoi, pour Bereni, Chauvin, Jaunait et Revillard (2008 : 7), le genre peut être défini « comme un système de bicatégorisation hiérarchisé entre les sexes (hommes/femmes) et entre les valeurs et représentations qui leur sont associées (masculin/féminin) ». Bien évidemment, les « femmes » n'étant pas un groupe social homogène (Young, 2007), la question de la domination ne saurait être considérée comme un invariant *a priori* qui interviendrait partout et toujours de la même façon, tant « les rapports sociaux de sexe doivent être examinés en liaison avec l'examen d'autres rapports sociaux (de classe, de génération, de « race, etc.) dans lesquels ils prennent place » (Tahon, 2004 : 58). Toutefois, même si la thématique du pouvoir ne saurait en aucun cas épuiser la question du rapport entre les sexes, elle se retrouve clairement dans le champ de l'entrepreneuriat, notamment sur la question du financement des entreprises (Becker-Blease, Sohl, 2007 ; Carter, Shaw, Lam, Wilson, 2007 ; Marlow, Patton, 2005 ; Muravyec, Talavera, Schäfer, 2009) ou de la formation à l'entrepreneuriat (Ahl, 2007).

En résumé, le concept de genre apparaît comme un puissant instrument de dénaturalisation du social, de la différence des sexes et des systèmes de représentations définissant le masculin et le féminin (Thébaud, 2005 ; Bereni, Chauvin, Jaunait, Revillard, 2008). Il vise à « démontrer

⁸ La valence différence des sexes « se traduit par une plus grande valeur à ce qui est censé caractériser le genre masculin et, parallèlement, par un escamotage de la valeur de ce qui est censé caractériser le genre féminin et même par son dénigrement systématique » (Héritier, 2005 : 46). Pour Héritier (1996 : 24), elle « exprime un rapport conceptuel orienté, sinon toujours hiérarchique, entre le masculin et le féminin, traduisible en terme de poids, de temporalité (antérieur/postérieur), de valeur ». Pour l'anthropologue française, cette valence serait « l'expression d'une volonté de contrôle de la reproduction de la part de ceux qui ne disposent de ce pouvoir si particulier » (Héritier, 1996 : 77).

que la masculinité et la féminité sont socialement construites, ce qui implique que les rapports sociaux de sexe soient modifiables : il n'y a rien de naturel, ni d'évitable là-dedans » (Lee Downs, 2005 : 356). A ce titre, il invite à analyser, dans leurs contextes et par une comparaison dynamique, la construction des rôles (masculin et féminin), les enjeux de signification qui leur sont attachés et les identités sexuées (Thébaud, 2005) et ce, notamment pour comprendre comment les représentations du genre peuvent participer à la création des réalités économiques et sociales (Lee Downs, 2005).

Une question se pose alors : Dans quelle mesure le genre peut devenir une catégorie d'analyse pertinente en entrepreneuriat ? En fait, le genre s'inscrit à l'opposé d'une certaine forme de tentation positivisme d'objectivation normative qui pointe toujours en creux. Elle se retrouve, par exemple, dans certains travaux essentialistes et « naturalistes », comme ceux de White, Thornwill et Hampson (2006) ou encore de Nicolaou, Shane, Cherkas, Hunkin et Spector (2008), qui proposent une forme « d'eugénisme entrepreneurial » anhistorique et (largement) asocial cherchant à montrer que la création d'entreprise trouverait partiellement une justification biologique ou génétique. Plus largement, dans les différents paradigmes en entrepreneuriat (Verstraete, Fayolle, 2005), elle apparaît également dans certaines approches qui présentent l'exploitation des opportunités comme l'essence de l'entrepreneuriat. L'approche de Shane et Venkataraman (2000), par exemple, sous-tend une lecture objectiviste de l'existence, de la découverte et de l'exploitation d'opportunités. Bruin, Brush et Welter (2007) suggèrent pourtant qu'une telle perspective néglige des possibles différences de genre pouvant intervenir dans de tels processus. Les auteurs montrent, par exemple, que l'identification des opportunités est influencée par la perception de soi, « *which play an important role in shaping entry to entrepreneurship as well as highlighting potential development paths (...) self-perceptions of women may restrict their possibility to recognize (the whole to range) business opportunities, thus constraining entrepreneurship or leading to certain forms of female entrepreneurship* » (Bruin, Brush, Welter, 2007 : 330). Dans la même veine, Langowitz et Minnti (2007) montrent que les attitudes entrepreneuriales des femmes offrent une sensibilité plus forte que les hommes à des paramètres subjectifs (perception de ses compétences, etc.) : « *perceptions explain an important portion to the difference in entrepreneurial propensity accross genders since men tend to perceive themselves in a more optimistic light and, as a result, have stronger incentives to start new business* » (Langowitz, Minnti, 2007 : 357). L'approche par le genre permet d'élargir les interprétations des processus sociaux et économiques dans l'analyse entrepreneuriale. Ce principe historiquement situé de bicatégorisation apparaît comme un marqueur social qui est à la fois le fruit et la source des structures hiérarchiques de la société dont on ne peut négliger les implications dans la conceptualisation de l'entrepreneuriat. Le genre, comme construction discursive et expérience corporelle et psychique, consacre à la fois l'importance des représentations d'acteurs et des cadres institutionnels constitutifs du monde social où nous vivons. Une lecture sexuée du monde social – et du monde du travail en particulier – peut contribuer à l'élargissement de la compréhension du phénomène entrepreneurial en vue notamment de mieux cerner l'influence que la construction des rapports sociaux hiérarchiques peut avoir sur lui ou encore de l'inscrire dans un cadre plus général d'ordre non seulement économique, mais aussi démographique, social, culturel et historique. Le masculin n'étant plus une catégorie universelle qui définit le créateur d'entreprise, la figure de la femme entrepreneur(e) est devenue ainsi une catégorie qui doit être expliquée et étudiée dans sa construction sur la longue durée. A ce titre, le genre apparaît comme une catégorie d'analyse féconde. C'est dans cette perspective que l'appréhension des effets (dispositionnels et situationnels) de la socialisation entrepreneuriale nous semble être un angle d'étude intéressant pour cerner l'influence du genre dans ce champ de recherche. Par cette approche, il s'agit de comprendre

comment les dispositions acquises dans un rapport social divisant l'humanité en deux sexes distincts et hiérarchiquement articulés et comment les interactions « genrées » au sein d'un système institué et hiérarchisé, peuvent permettre de caractériser l'entrepreneuriat féminin.

2. La question du genre à travers la socialisation entrepreneuriale

Concernant la question du genre, on se demande pourquoi il peut être pertinent de l'appréhender à travers la socialisation entrepreneuriale. La réponse est simple. La socialisation joue en effet un rôle central dans la construction socio-psychique des attributs et les identités de genre (ex. Dafflon Nouvelle, 2006 ; Bereni, Chaucin, Jaunait, Revillard, 2008 ; Guionnet, Neveu, 2009), tout comme dans celle de l'identité sexuée d'ailleurs (Rouyer, 2007). Gupta, Truban, Wasti et Skidar (2009) montrent, par exemple, que les stéréotypes de genre pouvant affecter la construction de l'intention entrepreneuriale trouvent leurs ramifications dans le processus de socialisation primaire et secondaire des individus. Toutefois, le questionnement de la socialisation sous-tend un positionnement épistémologique singulier. Nous pourrions l'illustrer à travers la matrice de Ahl (2006) relative à la classification des types de recherches en entrepreneuriat féminin. L'auteur identifie quatre logiques de recherche selon leur positionnement épistémologique et la délimitation de leur objet de recherche (cf. Figure 1.0).

Figure 1.0. : Expanding Research on Women Entrepreneurs (Ahl, 2006 : 611)

	Current research object	Expanded research object
Objectivist epistemology	(1) Individualist focus and essentialist assumptions	(2) More factors Contingency studies Comparative studies
Constructionist epistemology	(3) Studies of how women entrepreneurs construct their lives and their businesses, how they « do gender »	(4) Studies of how social orders are gendered and of the mechanisms by which this gendering is reconstructed

Une approche par la socialisation entrepreneuriale s'inscrit clairement dans le troisième cadran de sa matrice qui requiert naturellement des stratégies de recherche adaptées aux objectifs poursuivis.

Quand on s'intéresse à la question de la socialisation en entrepreneuriat (féminin ou non), on peut être surpris par le peu de travaux dédiés spécifiquement à ce thème. L'article Starr et Fondas (1992) est l'un des rares traitant de cette question⁹. En s'efforçant d'appliquer la perspective de la socialisation organisationnelle au processus d'émergence des organisations, les auteurs identifient deux niveaux de socialisation entrepreneuriale, à savoir la socialisation anticipée («*Anticipatory Socialization*») et la nouvelle socialisation de l'entrepreneur («*New Entrepreneur Socialization*»). La première caractérise la préparation, l'apprentissage et les

⁹ Avec celui de Garcia-Alvarez, Lopez-Sintas et Saldana Gonzalvo (2002) qui proposent deux modèles de socialisation (the Founder Homosocial Reproduction Model and the New Leader Development Model) appliqués au cas des entreprises familiales. On peut noter également les travaux de Boussaguet en France sur cette question qui restent toutefois marqués par la littérature sur la socialisation organisationnelle.

expériences qui précèdent la décision de devenir entrepreneur. L'acquisition de ces attitudes, croyances et compétences prépare l'individu à son futur rôle. La seconde désigne la transition qui influence le passage de l'intention entrepreneuriale à la création effective d'une firme. Cette dernière fait intervenir trois facteurs de socialisation qui s'interpénètrent : les motivations qui conduiront à accepter et à s'adapter aux pressions socialisatrices contextuelles, les agents socialisants et la structure du cadre entrepreneurial. L'ambiguïté de cette classification tient peut-être au regroupement de contenus et de degrés de socialisation très différents sous un même vocable, sans pour autant préciser les processus macro- et micro-sociaux, intra- et inter-individuels qui s'y exercent. En effet, la socialisation anticipée renvoie, au moins partiellement, à des formes d'intériorisation et d'incorporation de dispositions sociales et psychologiques qui ne peuvent prendre forme sans des facteurs de nature socio-affective. La socialisation d'un nouvel entrepreneur apparaît plus proche du développement de compétences, de l'apprentissage de normes et de conventions en référence à un champ spécialisé d'activités (le monde marchand). Correspondant à des processus d'influence sociale qualitativement différents, elles ne sont pas nécessairement le prolongement l'une de l'autre et peuvent même s'opposer. De plus, elles se rapportent à des situations, des champs et des contextes qui entretiennent entre eux des liaisons temporelles très lâches. Concernant la nature « genrée » du processus de socialisation, l'article de Scherer, Brodzinski et Wiebe (1990) est l'un des rares, à notre connaissance, à s'intéresser aux influences de la socialisation différenciée sur le choix d'une carrière entrepreneuriale. Dans leur conclusion, les auteurs ne relèvent pas de différences significatives "*in education and training aspirations*" entre les hommes et les femmes. Il faut dire qu'ils restent figés dans une approche statistique s'articulant autour de trois variables (« *education and training aspirations* » ; « *career entry expectations* » ; « *career self-efficacy* ») qui ne leur permettent absolument pas d'appréhender la réalité du processus de socialisation et de son influence.

La question de la socialisation entrepreneuriale est également abordée dans les travaux relatifs au thème de la carrière entrepreneuriale (voir notamment Dyer, 1994). En effet, l'engagement dans celle-ci ne doit rien au hasard (Carroll, Mosakowski, 1987 ; Shaver, Gartner, Crosby, Bakalarova, Gatewood, 2001) et le passé (personnel, familial, professionnel, etc.) du candidat entrepreneur apparaît jouer un rôle important dans ce type de décision (Birley, 1985 ; Shaver, Scott, 1991 ; Baucus, Human, 1994 ; Katz, 1994). Dans le modèle intégratif qu'il propose, Dyer (1994) identifie quatre dimensions essentielles au cœur d'une théorie de la carrière entrepreneuriale : 1) Les antécédents influençant le choix de carrière 2) la socialisation professionnelle 3) l'orientation de carrière 4) la progression de carrière. Les deux premières étapes sont directement en relation avec le passé du candidat entrepreneur. La première regroupe trois facteurs qui influencent la décision de devenir entrepreneur, à savoir les facteurs personnels (traits psychologiques, etc.), les facteurs sociaux (contexte familial, etc.) et les facteurs économiques pouvant encourager ou inhiber l'initiative entrepreneuriale. La seconde étape recouvre toutes les expériences socialisatrices pouvant préparer l'entrepreneur potentiel à ses rôles futurs. Dans un spectre assez large, on y retrouve les expériences infantiles, les conditions d'éducation en passant par les expériences professionnelles. Une catégorisation similaire est proposée par D.A. Baucus et S.E. Human (1994) qui proposent un regroupement des variables précédant l'entrée dans une carrière entrepreneuriale selon trois catégories : l'expérience professionnelle, les réseaux et la perception du changement de carrière (volontaire versus involontaire). Les facteurs explicatifs liés à la psychologie de l'entrepreneur naissant est une dimension couramment étudiée dans la littérature (Shaver, Scott, 1991 ; Douglas, Shepherd, 2002). Quelles qu'en soient les limites, il ressort clairement de ces travaux que son profil psychologique, sa trajectoire de vie personnelle et/ou professionnelle sont des éléments conditionnant fortement l'intention entrepreneuriale des

candidats entrepreneurs (Scherer, Adams, Carley, Wiebe, 1989 ; Katz, 1992 ; Baucus, Human, 1994 ; Douglas, Shepherd, 2002 ; Carter, Gartner, Shaver, Gatewood, 2003). Mais dans ces différents travaux, la question du genre n'apparaît pas traitée et on reste sur des modèles égalitaristes où toute affirmation de spécificités est rejetée, ou tout au moins largement occultée.

Avant de proposer un modèle générique d'analyse de l'influence du genre à travers la socialisation entrepreneuriale, il convient de définir ce que recouvre ce terme. Dans les sciences sociales, la notion de «socialisation» recouvre des acceptions jugées plus ou moins antagonistes dont l'usage renvoie à des représentations différentes du social ou des relations entre l'individuel et le collectif (Dubar, 1996/a). Les divergences ne peuvent occulter les points de rencontre. Ainsi, il est couramment admis que la socialisation ne se résume pas à un simple apprentissage de répertoires de comportements. Inséparable d'un processus de construction identitaire, elle procède également d'un travail socio-affectif par lequel l'individu donne sens à sa trajectoire, ses activités, ses espaces de référence. En première lecture, nous pourrions la définir comme le processus discontinu, jamais totalement réussi ni complètement achevé, par lequel un individu apprend et intègre les éléments socio-culturels de son milieu et s'adapte par là à l'environnement social dans lequel il doit s'insérer (Berger, Luckmann, 1986 ; Dubar, 1991). Au carrefour du collectif (production et reproduction des structures collectives) et de l'individuel (production de soi), du cognitif (acquisition de structures de connaissance) et de l'affectif (constitution de soi par rapport aux autres), elle suggère donc une triple logique 1) d'acquisition 2) d'intégration 3) d'adaptation et de positionnement social :

- 1) Elle procède d'une série d'apprentissages interactifs de règles, de systèmes de pensée, de normes, de dispositions, de valeurs, de codes symboliques, de rôles, de modes d'action individuelle et collective permettant au sujet de se construire une représentation du monde et d'agir sur lui ;
- 2) Ces apprentissages sociaux marquent d'une empreinte plus ou moins profonde et durable son système cognitif (connaissances et moyens de connaissance), son identité et/ou les traits de sa personnalité. La diversité qualitative des mécanismes d'influence sociale sur laquelle ces différents niveaux d'intégration se fondent correspond à des degrés distincts de socialisation au pouvoir structurant plus ou moins prégnant.
- 3) L'intégration de ces configurations de pratiques, de représentations et d'attitudes contribue non seulement à son adaptation à son environnement social, mais à la définition et la reconnaissance de son positionnement dans les différents espaces sociaux qu'il traverse.

Cette distinction nous incite à définir la socialisation entrepreneuriale (vue comme une forme spécifique de socialisation professionnelle) comme un processus historique d'apprentissage, d'intégration et de positionnement social par lequel un individu se prépare à remplir des rôles entrepreneuriaux, c'est-à-dire des rôles liés à l'imagination, le développement et la réalisation de visions créatrices de valeur et d'activités. La question est de savoir comment la conceptualiser. Sur ce point, nous avons retenu la théorie de la double transaction de Dubar (1991, 1992, 2000) qui nous apparaît particulièrement intéressant. Pour le dire en peu de mots, le sociologue français analyse la socialisation professionnelle comme un processus de

construction de l'identité sociale et professionnelle des individus à travers le jeu et l'articulation de deux transactions placées dans une relation d'interaction permanente : une transaction qualifiée de « *biographique* » « *consistant à projeter des avènements possibles en continuité ou en rupture avec un passé reconstitué (« trajectoire »)* » (Dubar, 1992 : 520) et une transaction qualifiée de « *relationnelle* » « *visant à faire reconnaître ou non à des partenaires institutionnels la légitimité de ses prétentions* » (Dubar, 1992 : 521). Pour un entrepreneur, cette double transaction est naturellement constitutive de son parcours. Ainsi, son héritage et/ou le développement d'un capital culturel, social, symbolique et économique lui permet d'envisager la construction d'un avenir entrepreneurial en rupture ou en continuité avec son passé professionnel (transaction biographique). Mais la concrétisation de son projet professionnel passe plus ou moins par sa capacité à faire reconnaître, à un moment donné et au sein d'un espace déterminé de légitimation, une compétence entrepreneuriale par les différentes parties prenantes et les acteurs significatifs du champ (transaction relationnelle). L'intérêt de la théorie de Dubar est qu'elle permet d'échapper à l'aporie classique entre les tenants du fonctionnalisme (privilégiant la reproduction du système social) et « structuraliste » (privilégiant la causalité des structures sur les comportements) de la socialisation et de la construction des formes identitaires. Dans cette perspective, il n'est plus possible de concevoir les relations entre trajectoire de vie et transition professionnelle vers une « carrière » entrepreneuriale comme le rapport entre deux processus dissociés dans le temps (dimension temporelle de la construction de l'identité) et l'espace (dimension spatiale de sa reconnaissance). En suivant Dubar, la socialisation entrepreneuriale devient au contraire un processus unique fortement intégratif qui concerne potentiellement l'ensemble du cycle de vie des candidats entrepreneurs dans son double ancrage temporel (transition ou bifurcation biographique) et spatiale (reconnaissance ou non du champ entrepreneurial).

Pour Dubar, ces deux transactions sont à la fois hétérogènes (car elles mettent en jeu différentes dimensions du social) et articulées entre elles (car l'issue de chacune de ces transactions dépend de l'autre). Ainsi, par exemple, la concrétisation d'une carrière entrepreneuriale dépend partiellement du jugement des *stakeholders* (pôle relationnel) ; inversement, la reconnaissance d'une légitimité socio-professionnelle accordée par ces derniers est conditionnée, en partie, par la manière dont le futur entrepreneur met en scène ses héritages, ses ressources et ses compétences (pôle biographique). Dans cette perspective transactionnelle combinant une lecture structurale et interactionniste, la socialisation entrepreneuriale procède du mouvement circulaire qui associe l'entrepreneur dans sa trajectoire professionnelle, et les *stakeholders* dans la reconnaissance et la légitimation identitaires, symboliques et économiques qu'ils lui accordent. Pour Dubar (2000 : 15-56), cette double transaction permet la distinction de quatre formes identitaires : 1) « *la forme biographique pour autrui* » (appartenance groupale qui découle de l'inscription dans des cadres sociaux), 2) « *la forme relationnelle pour autrui* » (identité construite sous contraintes d'intégration aux institutions dans et par les interactions au sein d'un système institué et hiérarchisé) 3) « *la forme relationnelle pour soi* » (face du Je que chacun désire faire reconnaître par des Autrui significatifs) et, 4) « *la forme biographique pour soi* » (Soi narratif que chacun a besoin de faire reconnaître). Pour Dubar (2000 : 55), « *ces formes identitaires sont inséparables de rapports sociaux qui sont aussi des formes d'altérité* ». Les formes identitaires sont, pour Dubar (1992), des idéaux-types au sens wébérien qui ne sauraient être confondus avec une description réaliste du champ professionnel. Elle n'en permettent pas d'identifier des dimensions jugées structurantes dans le processus de construction identitaire.

Qu'en est le lien possible entre la théorie de Dubar et la question du genre en entrepreneuriat ? Notre recherche n'étant pas achevée à ce jour, nous ne pourrions vous apporter une réponse empiriquement fondée. Nous pouvons néanmoins dégager quelques réflexions et propositions de recherche sur l'usage de ce modèle. A travers la théorie de Dubar, l'analyse de la construction culturelle des identités de genre des femmes entrepreneures dans leurs relations avec le champ entrepreneurial, de leur production comme résultat d'une socialisation (primaire et secondaire) à travers différents espaces de socialisateurs (famille, institutions scolaires, réseaux sociaux, univers professionnel, etc.) peut être un angle d'analyse fécond pour comprendre l'inscription des femmes dans une carrière entrepreneuriale. Il s'agit notamment de voir comment les constructions sociales « genrées », le poids de stéréotypes sexués ou plus simplement le genre influencent la manière dont les femmes entrepreneures se positionnent dans les champs institutionnels qui structurent leurs activités (réseautage, relations avec les parties prenantes, etc.), facilitent ou complexifient les processus par lesquels elles parviennent ou non à se faire reconnaître par les partenaires de leurs activités professionnelles, appréhendent leurs rôles (managériaux, etc.) et leur vision de l'entreprise (croissance, développement, priorités, etc.), s'organisent et se définissent par rapport à leur « métier » ou encore influencent la construction de l'intention entrepreneuriale (choix du secteur d'activité, etc.). En d'autres termes, il s'agit de d'apprécier comment les femmes entrepreneures construisent leur identité à travers leur engagement continu dans des négociations complexes avec les autres et avec elles-mêmes pour se faire reconnaître dans le champ entrepreneurial, comment leurs « formes identitaires » constituent à la fois des ressources et des obstacles pour construire et négocier des définitions d'elles-mêmes dans ce champ et, en filigrane, d'appréhender comment le genre structure un certain nombre de processus de construction de repères cohérents d'identification dans ce champ professionnel. En ce sens, la réflexion en termes de socialisation entrepreneuriale peut permettre d'appréhender les spécificités sociales-historiques de l'engagement entrepreneurial au féminin en évitant le militantisme (plus ou moins) ouvert qui se dégage parfois de la littérature sur le genre en entrepreneuriat.

3. En guise de conclusion

Considérer que le genre puisse être une catégorie d'analyse féconde dans la recherche en entrepreneuriat ne conduit pas nécessairement à surévaluer la spécificité de l'entrepreneuriat féminin. En effet, l'activité entrepreneuriale s'inscrit dans un système de contraintes institutionnelles de diverses natures qui n'implique pas que la dimension de genre soit toujours nécessairement prégnante avec la même intensité. « *Même si tout individu a une dimension sexuée, cela n'implique pas qu'il la vit avec la même intensité qu'une autre personne du même genre que lui* », nous dit le sociologue F. de Singly (2005 : 49). Quoiqu'il en soit, la théorie de Dubar nous paraît un angle d'approche théorique intéressant pour cerner certaines spécificités de l'entrepreneuriat féminin, notamment en vue de comprendre comment les processus de construction sociale de la différence des sexes influent le déclenchement de l'acte entrepreneurial. Le choix de ce modèle n'en pourrions pas anodin sur le plan épistémique et méthodologique. Dubar l'a d'ailleurs construit sur la base de trois recherches collectives qualitatives sur les pratiques de formation post-scolaire. En s'inspirant du protocole de recherche développée par Dubar et ses collaborateurs, notre recherche s'appuie sur la réalisation d'entretiens biographiques et semi-directifs. C'est-à-dire que nous nous situons très clairement dans une approche de type « compréhensif » qui privilégie l'interprétation des discours ou des récits des personnes portant sur leurs problèmes « identitaires ». Sur le plan épistémique, l'approche de Dubar se nourrit incontestablement

d'une forme de constructivisme cognitif que nous partageons. Il reconnaît ainsi explicitement que sa notion de formes identitaires, par exemple, procède « *de formes reconstruites par la sociologue sur la base de documents subjectifs qui constituent des pôles d'identification significatifs dans une conjoncture de crise de pertinence des catégories « objectives »* » (Dubar, 1992 : 526).

Bibliographie

Ahl H. 2006. Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30 (5), 595-621.

Ahl, H. 2007. Sex business in the toy store : A narrative analysis of a teaching case. *Journal of Business Venturing*, 22 (5), 673-693.

Baril, A. 2007. De la construction du genre à la construction du « sexe » : les thèses féministes post-modernes dans l'œuvre de Judith Butler. *Recherches féministes*, 20 (2), 61-90.

Barjot, D., Anceau, E., Lescent-Gilles, I. et Marnot, B. 2003. *Les entrepreneurs du Second Empire*. Presses de l'Université Paris Sorbonne.

Baron, R.A., Markman, G.D. and Hirska, A. 2001. Perceptions of Women and Men as Entrepreneurs: Evidence for Differential Effects of Attributional Augmenting, *Journal of Applied Psychology*, 86 (5), 923-929.

Baucus D.A. & Human S.E. 1994. Second-career Entrepreneurs: A Multiple Case Study Analysis of entrepreneurial Processes and Antecedent Variables. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(2), 41-71.

Becker-Blease, J.R. and Sohl, J.E. 2007. Do women-owned business have equal access to angel capital?, *Journal of Business Venturing*, 22 (4), 503-521.

Bel, G. 2009. *L'entrepreneuriat au féminin*. Conseil Economique, Social et Environnemental

Bereni, L., Chauvin, S., Jaunait, A. et Revillard A. 2008. *Introduction au Gender Studies : Manuel des études sur le genre*. De Boeck Université.

Bird, B. 1989. *Entrepreneurial behaviour*. Glenview, IL : Scott Foresman.

Bird B., Brush C. 2002. A Gendered Perspective on Organizational Creation, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26 (3), 41-65.

Birley S. 1985. The role of networks in entrepreneurial process, *Journal of Business Venturing*, 1 (1), 107-117.

Bourdieu, P. 1998. *La domination masculine*. Editions du Seuil.

Brickman Elam, A. 2008. *Gender and Entrepreneurship: A Multilevel Theory and Analysis*. Edward Elgar Publishing Ltd.

Bruin A. de, Brush, C.G. & Welter, F. 2007. Advancing a Framework for Coherent Research on Women's Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31 (3), 323-339.

Bruin A. de, Brush, C.G. & Welter, F. 2006. Introduction to the Special Issue: Towards Building Cumulative Knowledge on Women's Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30 (5), 585-593.

Bruni, A., Gherardi, S. & Poggio, B. 2004. Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs. *Journal of Organizational Change Management*, 17 (3), 256-269.

Butler, J. 2005. *Trouble dans le genre : Le féminisme et la subversion de l'identité*. Editions La Découverte.

- Calas, M. B. & Smircich, L. 2006. "From the "Woman's Point of View" Ten Years Later: Towards a Feminist Organization Studies. In Clegg, S.R., Hardy, C., Lawrence, T.B. & Nord, W.R. (Ed.). *The Sage Handbook of Organization Studies*. Sage Publications, 284-346.
- Calas, M. B., Smircich, L. & Bourne, K. A. 2009. Extending the boundaries: Reframing "Entrepreneurship as Social Change" through Feminist Perspective. *Academy of Management Review*, 34 (3), 552-569.
- Carrier, C., Julien, P.-A. & Menvielle, W. 2006. Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années. *Gestion*, 31 (2), 36-50.
- Carroll G.R. & Mosakowski E. 1987. The career dynamics of self-employment, *Administrative Science Quarterly*, 32 (4), 570-589.
- Carter N.M., Gartner W.B., Shaver K.G. & Gatewood E.J. 2003. The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18 (1), 13-40.
- Carter, S., Shaw, E., Lam, W. and Wilson, F. 2007. Gender, Entrepreneurship, and Bank Lending: The Criteria and Processes Used by Bank Loan Officers in Assessing Applications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31 (3), 427-444.
- Champy, F. 2009. *La sociologie des professions*, P.U.F.
- Combes, D., Daune-Richard, A.-M. et Devreux, A.-M. 2002. « Mais à quoi sert une épistémologie des rapports sociaux de sexe ? Dans Hurtig, M.-C., Kail, M. et Rouch, H. (dir.). *Sexe et genre : De la hiérarchie entre les sexes*, CNRS éditions, 59-68.
- Dafflon Nouvelle A (dir.). 2006. *Filles-garçons: Socialisation différenciée ?* PUG.
- Detienne D. R. and Chandler, G. N. 2007. The Role of Gender in Opportunity Identification. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31 (3), 365-385.
- Diaz-Garcia, M. C. and Jimenez-Moreno, J. 2006. Entrepreneurial intention: the role of gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2 (4), 12-36.
- Douglas, E.J. & Shepherd, D.A. 2002. Self-Employment as a Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial Intentions, and Utility Maximization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26 (2), 81-90.
- Dubar C. 1991. *La socialisation : construction des identités sociales et professionnelles*. Editions Armand Colin.
- Dubar C. 1992. Formes identitaires et socialisation professionnelle. *Revue Française de Sociologie*, 33 (4), 505-529.
- Dubar C. 1996. «Identités collectives et individuelles dans le champ professionnel», dans Coster M. de, Pichault F., *Traité de sociologie du travail*, De Boeck Université.
- Dubar C. 1996/a. «La socialisation : paradigmes, méthodes et implications théoriques». Dans Francq B., Maroy C. (eds), *Formation et socialisation au travail*, De Boeck Université.
- Dubar C. 2000. *La crise des identités : l'interprétation d'une mutation*. P.U.F.
- Duchéneaut, B. & Orhan, M. 2000. *Les femmes entrepreneurs en France*. Seli Arslan.
- Dyer G. W. 1994. Toward a Theory of Entrepreneurial Careers, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19 (2), 7-21.
- Eddleston K.A. and Powell, G.N. 2008. The role of gender identity in explaining sex differences in business owners' career satisfaction preferences. *Journal of Business Venturing*. 23 (2), 244-256.

- Feydeau, E. de. 2000. « Les femmes créatrices d'entreprise dans la beauté ». Dans Marseille, J. (dir.). 2000. *Créateurs et créations d'entreprises de la révolution industrielle à nos jours*. ADHE, 213-228.
- Frayssé, O. 2003. « La figure de l'entrepreneur aux Etats-Unis : perspectives historiographiques et historiques ». Dans Esposito, M.-C. & Zumello, C. (dir.). *L'entrepreneur et la dynamique économique : L'approche anglo-saxonne*, Economica, 63-80.
- Garcia-Alvarez E., Lopez-Sintas J., Saldana Gonzalvo P. 2002. Socialization patterns of successors in first- to second –generation family business, *Family Business Review*, XX (3), 345-378.
- Gervais-Linon, L. 2003. « L'entrepreneur immigrant aux Etats-Unis : évolution des représentations entre 1850 et 1924 ». Dans Esposito, M.-C. & Zumello, C. (dir.). *L'entrepreneur et la dynamique économique : L'approche anglo-saxonne*, Economica, 81-95.
- Godelier, M. 2003. « Anthropologie et recherches féministes : Perspectives et rétrospectives ». Dans Laufer, J. Marry, C. & Maruani, M. (dir.). *Le travail du genre : Les sciences sociales du travail à l'épreuve des différences de sexes*. Editions La Découverte, 23-34.
- Godwin, L.N., Stevens, C.E. & Brenner, N.L. 2006. Forced to Play by the Rules? Theorizing How Mixed-Sex Founding Teams Benefit Women Entrepreneurs in Male-Dominated Contexts. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 30 (5), 623-642.
- Guionnet, C. et Neveu, E. 2009. *Féminins/Masculins : Sociologie du genre*. Armand Colin éditeur.
- Gupta, V.K., Turban, D.B. and Bhawe, N. M. 2008. The Effect of Gender Stereotype Activation on Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology*, 93 (5), 1053-1061.
- Gupta, V.K., Turban, D.B., Wasti, S.A. and Sikdar, A. 2009. The Role of Gender Stereotypes in Perceptions of Entrepreneurs and Intentions to Become an Entrepreneur, Activation on Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (2), 397-417.
- Handman, M.-E. 2008. L'anthropologue et le système sexe/genre. *Connexions*, 90 (2), 77-85.
- Heilman M.E. and Chen, J.J. 2003. Entrepreneurship as a solution: the allure of self-employment for women and minorities. *Human Resource Management Review*, 13 (2), 347-364.
- Héritier, F. 2005. *Hommes, femmes, la construction de la différence*. Le Pommer/Cité des Sciences et de l'Industrie.
- Héritier, F. 1996. *Masculin/Féminin : La pensée de la différence*. Paris : Editions Odile Jacob.
- Kalleberg, A.L. & Leicht, K.T. 1991. Gender and Organizational Performance: Determinants of Small Business Survival and Success. *Academy of Management Journal*, 34 (1), 136-161.
- Katz J.A. 1992. A psychosocial cognitive model of employment status choice, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17 (1), 29-37.
- Katz J.A. 1994. Modelling Entrepreneurial Career Progressions: Concepts and Considerations, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19 (2), 23-39.
- Lambert-Dansette, J. 2000. *Histoire de l'entreprise et des chefs d'entreprise en France, Tome I, Les temps des pionniers*. Editions L'Harmattan.
- Langowitz, N. & Minniti, M. 2007. The entrepreneurial Propensity to Women. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 31 (3), 341-364.
- Laufer, J. 2005. « Domination ». Dans Maruani, M. (dir.). *Femmes, genre et sociétés : L'état des savoirs*, Editions La Découverte, 67-75.

- Laufer, J. Marry, C. & Maruani, M. « Introduction ». Dans Laufer, J. Marry, C. & Maruani, M. (dir.). *Le travail du genre : Les sciences sociales du travail à l'épreuve des différences de sexes*. Editions La Découverte, 7-22.
- Lee Downs, L. 2005. « Les gender studies américaines ». Dans Maruani, M. (dir.). *Femmes, genre et sociétés : L'état des savoirs*, Editions La Découverte, 356-363.
- Lewis, P. 2006. The Quest for Invisibility: Female Entrepreneurs and the Masculine Norm of Entrepreneurship. *Gender, Work and Organization*, 13 (5), 453-469.
- Lieber, M. 2008. *Genre, violences et espaces publics : La vulnérabilité des femmes en question*. Les Presses de SciencesPo.
- Marlow, S. 2002. Women and self-employment: A part of or apart from theoretical construct? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 3 (2), 83-91.
- Marlow, S. and Patton, D. N. 2005. All Credit to Men? Entrepreneurship, Finance, and Gender. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29 (6), 717-735.
- Mathieu, N.-C. 1991. *L'anatomie politique : Catégorisations et idéologies du sexe*. Côté-femmes éditions.
- McGregor Judy & David Tweed. 2002. Profiling a New Generation of Female Small Business Owners in New Zealand: Networking, Mentoring and Growth. *Gender, Work and Organization*, 9 (4), 420-438.
- Méjias, J. 2005. *Sexe et société : La question du genre en sociologie*. Paris : Bréal.
- Marseille, J. (dir.). 2000. *Créateurs et créations d'entreprises de la révolution industrielle à nos jours*. ADHE.
- Mirchandani K. 1999. Feminist Insight on Gendered Work: New Directions in Research on Women and Entrepreneurship. *Gender, Work and Organization*. 6 (4), 224-235.
- Muravyev, A., Talavera, O. and Schläfer, D. 2009. Entrepreneurs' gender and financial constraints: Evidence from international data. *Journal of Comparative Economics*, 37 (2), 270-286.
- Nicholson, L. 1999. *The Play of Reason. From Modern to Postmodern*. Ithaca : Cornell University Press.
- Nicolaou, N., Shane, S., Cherkas, L., Hunkin, J. et Spector, T.D. 2008. Is the Tendency to Engage in entrepreneurship Genetic ? *Management Science*, 54 (1), 167-179.
- Orhan, M. 2005. "Why women enter into small business ownership". In Fielden, S.L. & Davidson, M.J. (ed.). *International Handbook of Women and Small Business Entrepreneurship*. Edward Edgar Publishing Limited, 3-16.
- Oser, B. 2007. Canadian Women Entrepreneurs, Research and Public Policy: A Review of Litterature. Université d'Ottawa. <http://www.telfer.uottawa.ca/documents/pdf/other/ORSER-2007LitReview.pdf>
- Pouchain, P. 1998. *Les Maîtres du Nord*. Editions Perrin.
- Powell, G.N. and Eddleston, K.A. 2007. The paradox of the contented female business owner. *Journal of Vocational Behavior*, 73 (1), 24-36.
- Riot-Sarcey, M. 2000. L'historiographie française et le concept de "genre". *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, 47 (4), 805-814.
- Rochibaud, Y., Zinger, J.T. and Lebrasseur, R. 2007. Gender differences within early stage and established small enterprises: An exploratory study. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 3 (3), 323-343.
- Rouyer, V. 2007. *La construction de l'identité sexuée*. Editions Armand Colin.

- Scherer R.F., Adams J.S., Carley S.S., & Wiebe F.A. 1989. Role model performance effects on development of entrepreneurial career preference. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13 (3), 53-71.
- Scherer R.F., Brodzinski, J.D. & Wiebe, F.A. 1990. Entrepreneur Career Selection and Gender: A Socialization Approach. *Journal of Small Business Management*, 28 (2), 37-44.
- Scott, J. W. 2008. La différence comme catégorie utile de l'analyse historique, *Raisons politiques*, 3 (31), 105-113.
- Scott, J. W. 1999. *Gender and the politics of history*. Columbia University Press.
- Shane, S. & Venkataraman, S. 2000. The Promise of Entrepreneurship as Field of Research. *Academy of Management Review*, 25 (1), 217-226.
- Shaver K.G., Gartner W.B., Crosby E., Bakalarova K. & Gatewood E.J. 2001. Attributions about Entrepreneurship: A framework and Process for analyzing reasons for starting a business, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26 (2), 5-32.
- Shaver, K. and Scott, L. 1991. Person, process, choice: The psychology of a new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16 (2), 23-47.
- Singly, F. de. 2005. « La place variable du genre dans l'identité personnelle ». Dans Maruani, M. (dir.). *Femmes, genre et sociétés : L'état des savoirs*, Editions La Découverte, 48-51.
- Stevenson, L. 1990. Some methodological problems associated with researching women entrepreneurs. *Journal of Business Ethics*, 9 (4/5), 439-446.
- Stoller, R.J. 1985. *Masculin ou féminin ?* P.U.F.
- Starr, J. A. & Fondas, N. 1992. A model of Entrepreneurial Socialization and Organization Formation, *Entrepreneurship Theory & Practice*, 17 (1), 67-76.
- Tahon, M.-B. 2004. *Sociologie des rapports de sexe*. PU de Rennes, Les Presses de l'Université d'Ottawa.
- Taylor, S.R. & Newcomer, J.D. 2005. "Characteristics of women small business owners". In Fielden, S.L. & Davidson, M.J. (ed.). *International Handbook of Women and Small Business Entrepreneurship*. Edward Edgar Publishing Limited, 17-31.
- Thébaud, F. 2005. "Sexe et genre". Dans Maruani, M. (dir.). *Femmes, genre et sociétés : L'état des savoirs*, Editions La Découverte, 59-66.
- Varikas, E. 2006. *Penser le sexe et le genre*. P.U.F.
- Verheul, I., Uhlaner, L. and Thurik, R. 2005. Business accomplishments, gender and entrepreneurial self-image. *Journal of Business Venturing*, 20 (4), 483-518.
- Verstraete, T. & Fayolle, . A. 2005. Paradigmes et entrepreneuriat. *Revue de l'entrepreneuriat*, 4 (1), 33-54.
- Vinet, E. 2008. Emergence, perspective et mise à l'épreuve contemporaine du constructivisme sexué. *Connexions*, 90 (2), 57-75.
- White, R.E., Thornwill, S. and Hampson, E. 2006. Entrepreneurs and evolutionary biology: The relationship between testosterone and new venture creation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 100 (1), 21-34.
- Young, I.M. 2007. Le genre, structure sérielle : penser les femmes comme un groupe social. *Recherches féministes*, 20 (2), 7-36.

